

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Makanan merupakan salah satu faktor utama keberlangsungan hidup manusia karena setiap individu membutuhkan makanan untuk memenuhi kebutuhan fisiologisnya (Maslow dalam Robbins & Judge, 2013). Kebutuhan tersebut didukung dengan adanya restoran atau rumah makan yang menyajikan makanan dan minuman bagi konsumen. Hal ini sering dihubungkan dengan masyarakat DKI Jakarta yang umumnya sibuk melakukan aktivitas di luar rumah, yang mendorong pemenuhan kebutuhan sehari – hari dilakukan secara praktis dan cepat, contohnya makan di luar atau di restoran. Makan di luar juga memungkinkan para konsumen untuk dapat memiliki banyak alternatif pilihan dalam memilih menu makanan yang mereka inginkan.

Dengan terus meningkatnya jumlah restoran, membuat persaingan dalam dunia usaha bisnis makanan dan minuman menjadi semakin ketat. Untuk menghadapi situasi ini, setiap restoran harus mampu mengatur strategi agar pelanggan merasa puas dan restoran yang didirikan tetap dapat bertahan dan bersaing di sektor ini termasuk terhadap pelayanannya.

Tabel 1.1 Warung Makan dengan Urutan Rating di Tanjung Duren

No	Warung makan	Rating
1	Ayam Berseri	4.16/5
2	Kedai Ndoro Ayu Dewi	4.07/5
3	Satay Kato	4.00/5
4	Soto Oseng MooMoo	3.97/5
5	Ayam Gepuk Pak Gembus	3.93/5
6	Sop Sapi Gosyen	3.77/5
7	Restoran Sederhana	3.75/5

No	Warung makan	Rating
8	Saoenk Kito	3.73/5
9	Dapur Udik	3.60/5
10	Bebek Omahan	3.60/5
11	Waroeng Spesial Sambal	3.55/5
12	Kenaungan Soto Banjar	3.55/5

Sumber : Pergikuliner.com , 2017

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui posisi Waroeng Spesial Sambal atau waroeng ss berada pada urutan ke-11 dengan rating diperoleh 3.55. Rating atau nilai yang diperoleh masing-masing dari setiap rumah makan atas penilaian dari keseluruhan setiap variabel seperti rasa, suasana, harga, pelayanan dan kebersihan. Pengaruh rating Waroeng Spesial Sambal masi rendah dikarenakan baru dibukanya cabang tersebut pada awal tahun 2016, Banyaknya pesaing tempat makan di daerah Tanjung Duren membawa dampak pada pengaruh keputusan pembelian konsumen terhadap toko pesaing lain. Keputusan pembelian konsumen biasanya dipengaruhi oleh situasi-situasi tertentu seperti pengaruh sosial, pendapatan, kemampuan, lokasi, dan sebagainya. Keputusan pembelian konsumen akan berdampak pada suatu tingkat kepuasan dan juga dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan sehingga dapat memenangkan persaingan.

Waroeng Spesial Sambal salah satu restoran yang harus menghadapi persaingan, dengan mampu mengatur strategi agar pelanggan merasa puas dan restoran yang didirikan tetap dapat bertahan dan bersaing. Rasa pedas sepertinya sudah tidak asing lagi bagi lidah masyarakat Indonesia. Orang-orang yang menggemari rasa pedas biasanya merasa ketagihan akan sensasi rasa terbakar di mulut ketika sedang makan. Tidak heran pula bila di seluruh penjuru Indonesia terdapat beragam sambal khas masing-masing daerah. Peluang bisnis kuliner

inihlah yang dibangun oleh Yoyok Heri Wahyono dengan ciri khas Waroeng Spesial Sambal yang mempunyai beragam macam menu sambal.

Setelah menentukan tempat penelitian peneliti melakukan pra-survey untuk mengetahui terdapat masalah apa di Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara dan penulis akan mengangkat permasalahan tersebut menjadi variabel independent.

Tabel 1.2 Hasil Pra Survey Konsumen Waroeng SS Tanjung Duren Utara

No	Keterangan	Tidak puas	Puas
1	Harga	9	21
2	Kualitas Produk	7	23
3	Kualitas Pelayanan	19	11
4	Lokasi	16	14

Sumber : Data diolah, 2017

Berdasarkan *survey* yang telah peneliti lakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan terhadap 30 pelanggan Waroeng Spesial Sambal Tanjung Duren Utara dari 4 pernyataan didapat 2 pernyataan yang mendapatkan nilai ketidakpuasan dari jawaban responden tertinggi yaitu kualitas pelayanan dan lokasi dengan didapatkan hasil 19 dari 30 responden menyatakan tidak puas dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan didapatkan hasil 16 dari 30 responden menyatakan tidak puas dengan lokasi. Dari segi aspek kualitas pelayanan yang diberikan Waroeng Spesial Sambal Tanjung Duren Utara masih ada pelanggan yang mengeluh karena tidak sesuai dengan keinginan pelanggan, seperti pelayanan penyajiannya yang lama, ruang tunggu yang tidak nyaman karena waroeng spesial sambal ini hampir selalu padat dikunjungi konsumen terutama saat makan siang dan makan malam membuat panjangnya antrean *waiting list* dengan tempat tungguanya yang tidak terlalu memadai, gedungnya yang tidak luas dan konsumen harus parkir ketempat

lain jika parkir penuh. Dalam aspek lokasi beberapa responden menyatakan bahwa jarang kendaraan umum yang melewati lokasi waroeng spesial sambal tanjung duren utara, lalu lintas menuju restoran macet dan tempat parkir tidak luas.

Dari penjelasan diatas peneliti ingin mengetahui apakah dari pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi membuat konsumen untuk loyal terhadap Waroeng Spesial Sambal di Cabang Tanjung Duren Utara, dengan loyal tersebut faktor awal yang terjadi untuk loyal yaitu adalah kepuasan. Kepuasan pelanggan menjadi hal penting bagi produsen, konsumen yang merasa puas ditunjukkan melalui sikapnya, yakni setelah konsumen memperoleh dan menggunakan produk atau jasa (Mowen & Minor, 2002). Kepuasan konsumen bisa dikaitkan dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen dirasakan sekurang kurangnya memberi hasil sama atau melampaui harapan konsumen. Oleh karena, itu sangat penting bagi perusahaan untuk memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Mowen dan Minor, 2002). Kepuasan konsumen dapat dicapai bila manajemen suatu perusahaan mampu menerapkan sistem pengukuran kepuasan konsumen.

Restoran tidak hanya memperhatikan kualitas produk saja tapi juga memperhatikan kualitas jasa. Jasa dalam restoran bisa disebut dengan *service* (pelayanan) dimana pelanggan tidak hanya merasakan makanan dan minuman saja tetapi juga dapat merasakan pelayanan yang diberikan oleh restoran. Pelayanan tersebut dapat berupa keramah tamahan karyawan terhadap konsumen, tata cara

melayani konsumen yang baik dan benar, sopan santun karyawan, dan lain sebagainya.

Kualitas pelayanan jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelanggan biasanya menilai suatu perusahaan berdasarkan sumber daya dan caranya beroperasi. Secara rinci 3 penilaian ini meliputi kemampuan pemberian pelayanan dengan akurat, daya tanggap dari produsen terhadap pelanggan, jaminan atau sifat dapat dipercaya, kemudahan menjalin relasi, dan keberadaan bukti fisik. Unsur unsur tersebut akan mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian dan pembelian ulang apabila kinerja yang diharapkan oleh pelanggan benar benar terpenuhi. Seperti pendapat dari Kotler dalam Tjiptono (2005), yang mengatakan kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan, dengan memberikan pelayanan yang baik maka konsumen akan mendapatkan apa yang dibutuhkan dan dalam proses konsumsi jasa tersebut konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, sehingga dengan pelayanan yang baik tersebut konsumen akan melakukan pembelian ulang pada produk yang ditawarkan.

Selain kualitas pelayanan pada jasa juga memerlukan lokasi yang baik dan tentunya strategis. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan lokasi yang dekat dengan fasilitas transportasi serta mudah ditemukan atau mudah dicapai akan berpengaruh terhadap kualitas jasa dimata pelanggan. Pemilihan

lokasi yang strategis merupakan salah satu indikator mengenai baik tidaknya kualitas jasa, lokasi erat kaitannya dengan pembentukan persepsi pelanggan. Lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan harus melakukan operasi (Lupiyoadi, 2001).

Jika kualitas pelayanan dan lokasi bisa lebih dari harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dari jasa tersebut, jika pelanggan sudah merasa puas dengan layanan, maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang atau loyal. Layanan dan harga yang ditetapkan perusahaan juga bisa membuat seorang pelanggan jadi loyal. Loyalitas pelanggan yaitu derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu disposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini. Konsumen yang loyal tidak hanya seorang pembeli yang melakukan pembelian berulang, tetapi juga mempertahankan sikap positif terhadap penyedia jasa (Gramer & Brown dalam Utomo 2006).

Dengan apa yang sudah di uraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di rumah makan Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara mengenai **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Industri Kuliner di Jakarta”**

1.2. Identifikasi dan Pembatasan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Masyarakat DKI Jakarta yang suka makan diluar rumah, sehingga mendorong pemenuhan kebutuhan sehari – hari dilakukan secara praktis dan cepat seperti makan di luar atau di restoran.
2. Semakin banyak usaha dibidang kuliner, sehingga membuat persaingan dalam dunia usaha bisnis makanan dan minuman menjadi semakin ketat dan untuk menghadapi situasi ini, setiap restoran harus mampu mengatur strategi agar pelanggan merasa puas dan restoran yang didirikan tetap dapat bertahan dan bersaing di sektor ini termasuk terhadap pelayanannya.
3. Kualitas pelayanan masi ada konsumen yang merasakan ketidak puasannya, sehingga harus melakukan perbaikan pelayanan dalam menindak lanjuti keluhan keluhan pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dan membuat pelanggan loyal
4. Lokasi yang membuat konsumen tidak puas, sehigga perusahaan harus lebih mengatur strategi untuk lokasi agar konsumen loyal.

1.2.2. Pembatasan Masalah

1. Fokus penelitian ini adalah kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap Loyalitas dengan kepuasan pelanggan sebagi variabel intervening .
2. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan 104 responden pelanggan Waroeng Spesial Sambal cabang Tanjung Duren.

1.3. Perumusan Masalah

Dari masalah penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara?
2. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara?
4. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara?
5. Apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara?
6. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara?
7. Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan-tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara.
6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara.
7. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan di Waroeng Spesial Sambal Cabang Tanjung Duren Utara.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan dan Pengelola, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan

langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan pelanggan

2. Bagi penelitian lain, dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dan pengetahuan untuk penelitian – penelitian dibidang pemasaran terutama yang berkenaan dengan kepuasan pelanggan.
3. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan agar peneliti dapat mengetahui lebih mendalam manfaat dari kepuasan pelanggan didalam bisnis untuk diterapkan kedepan.